

A picture containing web

Description automatically generated

Otwarte Zasoby Edukacyjne Digital Innovation przygotowane przez konsorcjum projektu Digital Innovation dostępne są na licencji [Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).



**Innowacje cyfrowe**

Uczenie się w oparciu o problemy

Otwarte zasoby edukacyjne

Obraz zawierający tekst

Opis wygenerowany automatycznie



Partnership

Obraz zawierający tekst

Opis wygenerowany automatycznie

Obraz zawierający tekst

Opis wygenerowany automatycznie



Niniejszy materiał będący częścią projektu “Digital Innovation” realizowanego w ramach programu Erasmus+ został przygotowany przez Burcu Kör i Ingrid Wakkee z Amsterdam University of Applied Sciences we współpracy partnerami projektu Digital Innovation.

Projekt został sfinansowany przy wsparciu Komisji Europejskiej. Niniejsza publikacja [komunikat] odzwierciedla wyłącznie poglądy autora, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiekolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

A picture containing kitchenware

Description automatically generated

Sekcja 4

**ROZWÓJ KONCEPCJI**

Etap 3: Opracowanie koncepcji

Po dokonaniu oceny potencjalnych innowacyjnych pomysłów należy zdefiniować koncepcję produktu, usługi lub procesu. Według Dornbergera i Suvelzy (2012, s. 104) definicja pojęcia musi konkretnie odpowiedzieć na poniższe pytania:

* Jaki jest produkt lub usługa?
* Jaką potrzebę lub pragnienie musi zaspokoić produkt lub usługa?
* Kto jest odbiorcą produktu lub usługi?
* Czym produkt lub usługa różni się od tej oferowanej przez konkurencję?
* Jak powstaje produkt lub usługa?
* Z czego wykonany jest produkt?
* Jakie są części lub komponenty produktu lub usługi?

Zadanie 1: Generowanie koncepcji

Narzędzie Service Blueprinting pomaga w generowaniu koncepcji potencjalnych innowacyjnych usług. Service Blueprinting dla nowych usług składa się z czterech podstawowych elementów (Dornberger i Suvelza, 2012; Gibbons, 2017):

1. Działania klienta: co klienci robią podczas korzystania z usługi.
2. Działania na pierwszym planie: co widzą klienci i z kim wchodzą w interakcję.
3. Działania za kulisami: Wszystkie inne działania pracowników, przygotowania lub obowiązki, których klienci nie widzą, ale które umożliwiają wykonanie usługi.
4. Procesy wsparcia: Działania wewnętrzne/dodatkowe wspierające pracowników świadczących usługę.



Rysunek: Podstawowe elementy Service Blueprinting

Jak stworzyć diagram Service Blueprinting

Możesz wybrać odpowiednie narzędzia ze [Skanera narzędzy cyfrowych innowacji](https://scanner.innovatingdigitally.eu/) aby stworzyć macierz How-Now-Wow. Możesz także wykorzystać Szablon Service Blueprinting albo [alternatywny szablon](https://app.mural.co/template/0e2de9db-d354-436e-9705-6a461db4b823/74cf2268-d7fd-4b59-8eb9-501f7a217a34).

**Krok 1:** Zidentyfikuj proces, który ma zostać opracowany

W tym kroku musisz określić koncepcję procesów usługi. Najpierw musisz zidentyfikować wszystkie kluczowe czynności związane z tworzeniem i dostarczaniem procesu usługi. Nie zapomnij odpowiedzieć na poniższe pytania:

* + - Jaki jest produkt lub usługa?
    - Jaką potrzebę lub pragnienie musi zaspokoić produkt lub usługa?

**Krok 2:** Zidentyfikuj klienta lub segment klientów

Identyfikacja segmentów klientów odnosi się do podziału klientów na różne indywidualne grupy, które mają pewne podobne cechy (np. osobowość, zainteresowania, nawyki) i/lub charakterystyki (np. demografia, branża, dochody).

*Teraz musisz określić swojego klienta (segment). Musisz odpowiedzieć „Kto jest celem produktu lub usługi?”*

**Krok 3:** Mapuj proces z punktu widzenia klientów

W tym kroku musisz określić wybory, działania i/lub interakcje, które klient wykonuje podczas kontaktu z usługą, aby osiągnąć określony cel. Działania klienta można wyprowadzić z poprzedniego procesu innowacji lub z mapy podróży klienta.

**Krok 4:** Mapuj działania pracowników na “froncie” (frontstage) i na “zapleczu” (backstage)

Akcje frontstage to widoczne działania pracownika kontaktu i ten składnik pojawia się na diagramie po działaniach klienta. Akcje frontstage obejmują akcje dziejące się w obecności klienta.

Działania za kulisami (backstage) odnoszą się do niewidocznych działań pracowników kontaktu. Są to działania zakulisowe podejmowane przez pracowników kontaktowych, które nie są widoczne gołym okiem dla klienta. Obejmują one niewidzialne interakcje z klientem, takie jak rozmowy telefoniczne i inne czynności wykonywane przez pracowników za kulisami w celu udzielenia wsparcia.

*Zmapuj w wybranym narzędziu cyfrowym działania, jakie wykonują pracownicy pierwszego kontaktu, gdy spotykają się z klientami twarzą w twarz. Następnie kontynuuj mapowanie działań zza kulis.*

**Krok 5:** Zmapuj funkcje wsparcia

Ten komponent wspiera pracowników w dostarczaniu usług swoim klientom. Obejmuje wszystkie działania, interakcje, usługi wewnętrzne wykonywane przez osoby lub jednostki (nie pracowników kontaktowych) w firmie w celu wsparcia pracowników kontaktowych dostarczających usługę. Nie są one widoczne dla klientów. Na przykład procesy dla firmy produkującej urządzenia obejmują weryfikację karty kredytowej, wycenę, dostawę produktów do sklepu z fabryki, prowadzenie testów jakości itd. (Gibbons, 2017).

*Na tym etapie zmapuj przy pomocy wybranego narzędzia cyfrowego procesy wsparcia, które obejmują wszystko, co musi wystąpić, aby wszystkie wyżej wymienione warunki mogły się ziścić.*

**Krok 6:** Połącz ze sobą działania w kolejności, w której się odbywają, aby uzyskać efekt naturalnego przepływu.

*Postaraj się zobrazować bezpośrednie interakcje między akcjami. Użyj strzałek, aby wskazać relacje I zależności. Pojedyncza strzałka sugeruje liniową, jednokierunkową wymianę, natomiast gdy podwójna strzałka sugeruje potrzebę współzależności.*

**Krok 7:** Dodaj dowód usługi na każdym etapie działania klienta.

Potrzebny jest nam dowód na to, że interakcja rzeczywiście miała miejsce. Przykładami mogą być sam produkt, paragony jako dowód zakupu, fizyczne witryny sklepowe lub strony internetowe (Gilson, 2020).

*Dodaj fizyczne dowody do mapy w wybranym narzędziu cyfrowym. Narzędzie podkreśli to, co klient widzi lub otrzymuje jako namacalny dowód wystąpienia usługi na każdym etapie jej świadczenia.*



Zadanie 2: Opisywanie pomysłów – Propozycja wartości

Propozycja wartości jest definiowana jako „jasne, proste zestawienie korzyści, zarówno mierzalnych, jaki i niemierzalnych, które firma jest w stanie zapewnić, wraz z orientacyjną ceną, jaką zamierza obciążyć każdy segment klientów za te korzyści” (Lanning i Michaels, 1988).

Możesz użyć szablonów „Propozycja wartości” Geoffa Moore'a, „DLACZEGO” Simona Sinka lub „Praca do wykonania” Claya Christensena, aby sformułować swoją propozycję wartości.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  | |

Rysunek: Szablony propozycji wartości, źródło: Gronsund (2011)

Zadanie 3: Wybór pomysów – macierz How Now Wow

Możesz użyć macierzy How-Now-Wow do wybrania koncepcji nadających się do dalszego rozwoju.

Odpowiednie narzędzia znajdziesz w [Skanerze narzędzi cyfrowych innowacji](https://scanner.innovatingdigitally.eu/). Możesz także użyć [Macierzy How-Now-Wow na Miro](https://miro.com/app/board/o9J_lgjW4_Q=/).

**Jak korzystać z macierzy How Now Wow**?

**Krok 1:** Wypisz pomysły

**Krok 2:** Daj każdemu członkowi zespołu 3 karteczki samoprzylepne w każdym kolorze –3 niebieskie, 3 żółte, 3 zielone. 9 kartek na osobę to typowe rozwiązanie, ale śmiało możesz tę liczbę zmniejszyć lub zwiększyć w oparciu o dostępny czas i liczbę wygenerowanych koncepcji.

**Krok 3:** Poproś każdego członka zespołu, aby zagłosował na 3 najlepsze koncepcje w każdej kategorii. Niech zrobią to poprzez umieszczenie kolorowej karteczki przy wybranej koncepcji.

**Krok 4:** Na koniec policz liczbę kartek pod każdym pomysłem, aby go sklasyfikować. Największa liczba kartek w danym kolorze klasyfikuje pomysł pod tym kolorem.

W przypadku remisu:

Jeśli liczba niebieskich kartek równa się liczbie zielonych, pomysł uchodzi za niebieski

Jeśli liczba żółtych kartek jest równa liczbie zielonych, pomysł uchodzi za zielony.

**Krok 5:** Dziękitemu zadaniu dysponujesz teraz szeregiem koncepcji zielonych, nad którymi możesz dalej pracować. Upewnij się, że niebieskie pomysły zostaną ​​natychmiastowo wdrożone, a żółte pomysły zostaną zapamiętane na przyszłość.